

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* pada *followers* akun Instagram @lawless.burgerbar. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran angket secara online dengan bantuan *Google Form*. Adapun waktu pada penelitian ini dilaksanakan pada Oktober - Mei 2023.

B. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2018 : 36) Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan. Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang digunakan ialah menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam usaha memperoleh data yang relevan untuk pemecahan dan penganalisaan permasalahan diperoleh menggunakan kuesioner. Yaitu peneliti dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (Sugiyono:2003;14). Teknik pengumpulan data ada dua, yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terpilih sesuai dengan kriteria sampel dan diberikan kepada pengumpul data, kemudian data tersebut diolah sendiri oleh

peneliti secara langsung. Dalam penelitian ini data primer di dapat melalui angket atau kuisisioner yang disebarakan ke responden. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Form* dan menyebarkannya melalui *Direct Message* Instagram kepada responden yang telah ditetapkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung melainkan dari studi pustaka dengan mempelajari buku-buku, internet, artikel, penelitian sebelumnya seperti skripsi, jurnal maupun sumber data lain yang dapat memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti juga mengumpulkan data sekunder dengan mencari sumber data internal yaitu dengan mengambil beberapa informasi mengenai konten media sosial dan keputusan pembelian melalui Instagram @lawless.burgerbar.

D. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini akan meneliti apakah ada pengaruh antara variable independen yaitu promosi penjualan dengan variabel dependen yang terdiri dari minat beli konsumen. Berikut ini adalah penjelasan operasionalisasi variabel yang akan disajikan dalam bentuk table:

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X (Konten Sosial Media)

Variabel	Dimensi	Indikator
Konten Sosial Media (Instagram) (<i>Rebecca Lieb, 2012: 20</i>)	<i>Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki desain menarik dan <i>layout</i> terorganisir yang estetik b. Warna dan isi konten sesuai dengan branding yang dipromosikan
	<i>Current Event</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Posting-an</i> di <i>feed</i> Instagram sangat informatif terkait dengan menu terbaru b. Mempromosikan produk dengan mengundang <i>influencer</i> atau

Variabel	Dimensi	Indikator
		<i>musisi</i> tertentu untuk menarik perhatian konsumen
	<i>The Reading Experience</i>	a. Letak dan <i>font</i> yang digunakan pada konten Instagram mudah terbaca dengan baik dan menarik. b. <i>Caption</i> pada <i>feeds</i> Instagram menarik dan persuasif sesuai dengan jenis konten yang di <i>posting</i> .
	<i>Timing</i>	a. Konsistensi dalam membuat konten story instagram setiap hari b. Konsisten dalam mengupload <i>feeds</i> Intagram untuk menarik <i>follower</i> setiap 2-3 hari sekali
	<i>Tone</i>	a. Kesesuaian konten dengan target pasar b. Penyampaian konten terkait produk

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian (Kotler&Keller, 2016)	Pengenalan Masalah	a. Kebutuhan karena rangsangan Internal b. Kebutuhan karena rangsangan Eksternal
	Pencarian Informasi	a. Tingkat pencarian informasi yang meningkatkan perhatian b. Proses pencarian informasi secara aktif

Variabel	Dimensi	Indikator
	Evaluasi Alternatif	a. Membandingkan Produk b. Konsumen memilih produk sesuai kriteria dan penilaian
	Keputusan Pembelian	a. Melakukan pembelian setelah menemukan produk b. Rangsang eksternal mempengaruhi keputusan pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian	a. Kepuasan Konsumen b. Persepsi konsumen terhadap produk kepada orang lain

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun karakteristik dari populasi, yaitu :

- a. *Followers* akun Instagram @lawless-burgerbar
 - b. Pernah melakukan pembelian lawless Burgerbar
 - c. *Comment* di akun Instagram @lawless.burgerbar yang menyatakan “*interest* terhadap lawless burgerbar dari bulan Oktober - Mei 2023
- Sehingga populasi berjumlah 417 orang dengan karakteristik populasi yang sudah ditentukan tersebut.

Tabel 3.3
Populasi

No.	Bulan Postingan	Jumlah Komentar
1.	Oktober	102 komentar
2.	November	35 komentar
3.	Desember	58 komentar
4.	Januari	50 komentar
5.	Febuari	52 komentar
6.	Maret	55 komentar
7.	April	41 komentar
8.	Mei	24 komentar
Total		417 Komentar

2. Sampel

Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (subset) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apa pun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/ kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *probability Sampling* yang digunakan yaitu dengan teknik *simple random sampling*, yaitu dikatakan simple/ sederhana karna pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2015:120).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 417 orang. Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{417}{1 + 417(10\%)^2}$$

$$n = \frac{417}{1 + 417(0,10)^2}$$

$$n = \frac{417}{1 + 417(0,01)}$$

$$n = \frac{417}{1 + 4,17}$$

$$n = \frac{417}{5,17}$$

$$n = 80,65$$

$$n = 81$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel atau *sampling error* (10%)

Berdasarkan hasil rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi adalah sebanyak 81 responden.

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak

untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2018 : 152). Pada penelitian ini setiap responden diberi nilai bilangan sebagai berikut :

Tabel 3.4
Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2015:135)

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018 : 226)

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut Sugiyono (2018 : 300) Secara umum regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut :

Keterangan :

$$Y = a + bX$$

Y = Nilai Variabel *Dependent* yang diprediksi

a = Nilai Konstanta atau $X = 0$

b = Koefisien Regresi

X = Nilai Variabel Independen

2. Uji Koefisien Kolerasi

Untuk mengetahui tingkat pengaruh, peneliti menggunakan pedoman untuk memberikan penafsiran koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 5
Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Korelasi

Interval Koefision	Tingkat Pengaruh
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2018 : 274)

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji coba instrumen menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama,

akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel menjadi syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2018 : 193). Dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas digunakan *software* SPSS (*Statistic Package For Social Sciene*) for windows, data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukan kedalam *software* SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan.

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden di luar dari populasi yang telah ditentukan, yaitu *followers* akun Instagram yang menandai @lawless.burgerbar dalam unggahan mereka. Pada bulan April sampai bulan Mei dan dibagikan secara *online* dengan menggunakan *Google Form* melalui *Direct Massage* Instagram.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Media Sosial)

Pernyataan	R. Tabel	R. Hitung	Keterangan
X1	0,361	0,821	Valid
X2	0,361	0,790	Valid
X3	0,361	0,701	Valid
X4	0,361	0,403	Valid
X5	0,361	0,440	Valid
X6	0,361	0,450	Valid
X7	0,361	0,381	Valid
X8	0,361	0,399	Valid
X9	0,361	0,543	Valid
X10	0,361	0,364	Valid
X11	0,361	0,372	Valid
X12	0,361	0,387	Valid
X13	0,361	0,459	Valid
X14	0,361	0,390	Valid
X15	0,361	0,601	Valid
X16	0,361	0,555	Valid
X17	0,361	0,379	Valid
X18	0,361	0,356	Valid
X19	0,361	0,385	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 17 pernyataan pada variable X (*Konten Media Sosial*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,361 (rtabel)

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	R. Tabel	R. Hitung	Keterangan
Y1	0,361	0,540	Valid
Y2	0,361	0,369	Valid
Y3	0,361	0,568	Valid
Y4	0,361	0,582	Valid
Y5	0,361	0,416	Valid
Y6	0,361	0,510	Valid
Y7	0,361	0,735	Valid
Y8	0,361	0,659	Valid
Y9	0,361	0,754	Valid
Y10	0,361	0,653	Valid
Y11	0,361	0,453	Valid
Y12	0,361	0,591	Valid
Y13	0,361	0,452	Valid
Y14	0,361	0,409	Valid
Y15	0,361	0,420	Valid
Y17	0,361	0,680	Valid
Y18	0,361	0,590	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 18 pernyataan pada variable Y (*Keputusan Pembelian*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,361 (rtabel)

Berikut ini adalah tabel reliabilitas pengukuran variabel penelitian X yaitu Konten Media social.

Tabel 3.8
Reliability Statistics

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.985	20

(Sumber: Hasil Perhitungan Perhitungan SPSS)

Berikut ini adalah tabel reliabilitas pengukuran variabel penelitian Y yaitu Keputusan Pembelian.

Tabel 3.9
Reliability Statistics

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.992	19

(Sumber: Hasil Perhitungan Perhitungan SPSS)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat dari 37 pertanyaan dalam kuesioner X dan Y yang diberikan kepada responden dinyatakan variabel hasil data yang diperoleh memiliki nilai cronbach's alpha >0.6 yaitu variabel X sebesar 0.771 dengan nilai tersebut dinyatakan kuat dan variabel Y sebesar 0.775 dengan nilai tersebut dinyatakan sangat kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari : 0,00 – 0,20 artinya sangat rendah, 0,20 – 0,399 artinya rendah, 0,40 – 0,599 artinya sedang, dan 0,60 – 0,799 artinya kuat, 0,80 – 1,000 artinya sangat kuat.